

תוכן עניינים

2.....	תקציר
4.....	מבוא
5-10.....	סקירת ספרות
11-12.....	סיכום ומסקנות
13.....	ביבליוגרפיה

האם ניתן לחנך לצמצום בעידן של שפע?

מבוא

שאלת המחקר שלי נבעה מתחושת אי נוחות אישית, מהות הבעיה הסביבתית נובעת מהעובדה כי הצרכים השתנו או שמא הצריכה היא זו שהשתנתה? הצרכים של ימינו גדולים לאין שיעור מאלו שהיו במאות הקודמות ואפילו לפני 20 שנה, כמות הזיהום הנוצרת מזהמת את הנחלים ואת מי התהום, פוגעת בימים ולמעשה מחריבה כל פיסת אדמה טובה. התהליך הינו ברור והבעיה כבר נראית לעין.

מתוך תחושות אלו חיפשתי דרכים בהן ניתן יהיה להביא לשינוי, לעצור את תהליך או למתנו לפחות. המצב כיום דורש הירתמות של כלל האוכלוסייה למען מטרה זו, מהמודעים, הפעילים והאכפתיים ועד אלו התורמים בצורה ישירה לגדילתה המסיבית של התופעה.

על מנת להתמודד עם התופעה אנו צריכים להתייחס אליה ממספר היבטים, חינוך ומודעות לתופעה, העלאת תחושת המעורבות ואחריות אישית, שינוי הרגלי צריכה וחיסכון.

אני בחרתי להתמקד בעבודתי בשינוי הרגלי צריכה אישיים, כיום אוכלוסיית העולם הולכת וגדלה, מה שיוצר מצב בו אנו צריכים ללמוד לפעול ולחיות ביעילות רבה יותר על מנת לצמצם את התופעה.

הרגלי הצריכה היום מהווים חלק משמעותי ומהותי בחיינו. כלל עולמות התוכן והפרסום מפרסמים מוצרים כאלה או אחרים, תוך שימוש במניפולציות שיווקיות מתוחכמות אשר כלל מטרתן היא לגרום לצרכן לרכוש. צריכת מוצרי קיום כגון מים, חשמל וגז נצרכת ללא הבחנה, עקב הזמינות הגבוהה. צמיחה כלכלית ושיפורים טכנולוגיים הובילו לרמות גבוהות (ועולות) של צריכה בחברה המודרנית, צריכה מאסיבית הובילה לדלדול במשאבים הטבעיים ויצרה בזבוז רב, למעשה צריכה לא מקיימת יוצרת בעיות סביבתיות מקומיות וגלובאליות אשר גורמות בסופו של דבר למשבר האקלים, בעיית הזבוז באירופה בלבד מייצרת 11% בקירוב מפליטות גזי החממה בעולם, בנוסף 20% מפליטות הפחמן במדינות ocdn נובעות מצריכת בתי אב, לפי המידע הני"ל ניתן להסיק שיש כדאיות לקידום מאמצים מתמשכים ליצירת התנהגות צרכנית ידידותית לסביבה ברוב מדינות אירופה. (Egea & Frutos, 2013).

אם כך, לאור שפע שכזה, הכיצד ניתן ליצור ולעודד הפחתה בצריכה? כיצד ניתן לחנך לפתרון בעיה קיימת אך שאינה נראית גלויה?

כאשר התחלתי לחקור את הנושא גיליתי שהמושג "צריכה" לא מבטא רק את המובן הרציונאלי של מה אני צריך בכדי להתקיים אלא מה אני צריך כדי להיות מי שאני רוצה להיות.

סקירת ספרות

התפתחות הילד כוללת בתוכה את הערכים אשר שואפים הוריו להנחיל לו, מכניסה לתוך התהליך הנכון בעבורו מערך שיקולים צרכניים נרחב אשר מטרתם להעביר את תפיסות העצמי של המבוגרים ותהליכי שימור ושעתוק של מבנים מעמדיים. עפ"י המחקרים ההבדלים באים לידי ביטוי במוצרים שצורכים חברי קבוצות מעמדיות שונות, ובפרשנות הניתנת לה על ידם. (Rottman & Saar, 2014)

משמעותה של הצרכנות בגיל ההתבגרות מהווה מוקד חיכוך בין הורים לילדיהם בשלב בו אלה מרחיבים את עצמאותם בעזרת אינטראקציות בעלות הגיון שוק, באופן שמשנה את מאזן הכוחות בתוך המשפחה. האוטונומיה הנוצרת מתפתחת באמצעות אינטראקציות עם אחרים. כלל מאפייני הצרכנות הם תוצר של שיקול דעת והכרעה מוסרית, וכך הפעולה נכנסת לתוך תרבות האדם והופכת למובנת מאליו, העולם הכלכלי ממנו הורחקו ילדים בעבר הפך למקום בו מוגדרת משמעותה של הילדות. (Davidson S., 2014).

היחלשותה התפיסתית של מעמד המשפחה בקרב בני נוער, יוצרים פער בזהותו של המתבגר וחרדה פנימית אופפת את תהליך קבלתן של ההחלטות הנכונות. בשלב זה המתבגרים מוצאים עצמם נושאים באחריות ליצור את זהותם ולכן "אין להם ברירה אלא לבחור". תרבות הצריכה עפ"י המחקר מהווה כלי לניתוח סגנונות החיים אותם בוחרים הצרכנים, הלא הם המתבגרים שמחפשים הכוונה בצורת פרסומות ו"מומחי צריכה" להבנת וליישום דימוי זהות רצוי. בנוסף מעורבות בפעילות צרכנית מדגישה את מקומם של יחסים חברתיים ולמעשה משמשת כשפה שקטה. (Davidson S., 2014). המחקר דן באינטראקציות בצריכתם של מתבגרים אשר בונים את זהותם, לכן יש להם רצונות חופשיים אשר אינם תמיד מקבלים תמיכה כספית משלל סיבות, בין הניסיון לחנך ועד מיעוט יכולת. מוצגות שיטות רבות של המתבגרים "לקבל את מה שהם רוצים" ולשם כך משתמשים באסטרטגיות מתוחכמות אשר מבינות את יחסי הכוחות והרצונות של בני המשפחה. (Davidson S., 2014).

מחקרים שמנסים להבין את ההבניה החברתית המתרחשת בילדות מסתמכות על כך שהיא נתמכת על הבניות תרבותיות וחברתיות המשפיעות על היחס לגידול הילדים והחינוך המוענק להם. מושג הילדות בת זמננו נכרך ברעיונות על תמימות ופגיעות של ילדים ועל כן מחייב השקעה רגשית גבוהה של הורים בילדיהם, עובדה שלכאורה מרחיקה את הילדים מהשוק הצרכני ע"י צורך במענה רגשי ולא חומרי. יתר על כן קיים שיח המציג את הילדות בת זמננו כאבודה ביחס לילדות המדומיינת שהייתה בעבר, שיח זה מתייחס לטכנולוגיה וצריכה כמושגים משחיתים ומייצר פאניקה בנוגע לצריכה. (Rottman & Saar, 2014).

מושג מפתח שכדאי להבין בכדי ליצור תמונה ברורה יותר של משמעות הצרכנות והחינוך בתוך חברה מעמדית הוא הביטוס, משמעותו מערכת של נטיות קבועות הנרכשות על סמך ניסיון העבר ומתפקדות כתבניות של תפיסה, יכולת הערכה ופעולה. כלומר, זוהי מערכת של מבנים מנטאליים שגורמים לאנשים לפעול באופן שיתאים לתנאים שבתוכם הם חיים ומבלי לחרוג מהם. מבנים מופנמים אלה קשורים ישירות למבני הכוח החברתיים, ואלו למעשה היסטוריות שעברו אובייקטיביקציה. ההביטוס מהווה שעתוק ודינמיות בתוך שדות חברתיים ולמעשה נותן תוקף